

Perancangan Logo dan Media Promosi Pulau Mengare Gresik Berbasis Edukasi Sebagai Upaya Mengenalkan Wisata Sejarah

INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA STIKOM SURABAYA

¹⁾ Dinda Cholifah Putri ²⁾ Muh. Bahrudin ³⁾ Abdullah Khoiriqoh

S1 Desain Komunikasi Visual

Institut Bisnis dan Informatika STIKOM Surabaya, Jl. Raya Kedung Baruk 98 Surabaya, 60298

Email : 1) 12420100020@stikom.edu 2) bahrudin@Stikom.Edu_3) riqqoh@Stikom.Edu

Abstrak

The purpose of designing this Mengare Island media campaign is to introduce and preserve the historical heritage Mengare . The study was conducted using qualitative research is to conduct interviews , observation , documentation , and literature to obtain data to support the drafting . Data were analyzed using multiple stages of data reduction , data presentation and conclusion. From these results we found the concept of " Enjoy Life With Adventure " which is a pleasant journey . In this case how to preserve historical heritage by making sites that are promoted with the right strategy to the target audience . The design of the work refers to the principles of design and how to create a media campaign in accordance with the design consistency . The results of the design is expected to add excursions .

Keywords: Design , Media Campaign , Mengare Island , History , Culture

Pulau Mengare merupakan kawasan sedimentasi yang memiliki keaneka ragam, diantaranya sejarah, budaya dan keindahan alamnya. Begitu banyak jejak sejarah penjajahan Belanda beserta beberapa sisa-sisa peninggalannya yang tersebar di daerah pinggiran pesisir ini. Sehingga menyebabkan kawasan ini menjadi saksi perjuangan bangsa Indonesia di wilayah Gresik. Permasalahannya pulau ini tidak begitu dikenal di masyarakat, padahal pulau ini memiliki nilai sejarah dan potensi wisata yang tinggi, khususnya di Kabupaten Gresik. Tujuan penelitian ini adalah merancang media promosi Pulau Mengare berbasis Edukasi sebagai upaya mengenalkan wisata Sejarah.

Mengare terletak di Sebelah Barat daya kecamatan Bungah, Kab.Gresik dengan jarak 12 km dari pintu masuk Desa Sembayat. Batas wilayah sebelah selatan yaitu kecamatan Manyar, sebelah barat sungai Kramat, sebelah utara sungai Cemara, dan timur hingga selatan berbatasan langsung dengan selat Madura. Mengare terbagi menjadi 3 Desa, yaitu Desa Watuagung, Kramat, dan Tajungwidoro dengan jumlah penduduk 10.668 jiwa. Menurut BPD Desa Tajungwidoro, Mengare adalah daerah wilayah kepulauan, sehingga penduduk sekitar mayoritas mata pencaharian sebagai nelayan dan buruh tambak (RPJM Desa, 2013 : 2).

Mengare memiliki potensi wisata sejarah yakni beberapa bukti peninggalan seperti Benteng Lodewijk dan sumur tua di Desa Tajungwidoro, Goa bekas persembunyian penjajah Belanda bertempat di Dusun Watu Gajah, tempat makan prasmanan para tentara Belanda, Tugu Portugis, Bangunan Rumah dan Roda bekas perata jalan masa kolonial, Makam Mbah Jarak Tagung penyebar agama Islam pertama kali di Mengare, Makam Mbah Wagio, Daerah yang dinamai Watu Celeng jelmaan babi lautan yang meninggal, watu Agung bebatuan yang dulunya dijadikan sebagai tempat pemujaan.

Selain wisata sejarah, Pulau Mengare memiliki wisata alam yang meliputi pesisir pantai putih, hutan bakau mangrove, jublang (semacam tempat pemandian), serta lokasi yang biasanya digunakan untuk memancing maupun berkemah. Sedangkan kekayaan alamnya berupa Bandeng, Udang, Rajungan (seperti kepiting) yang sudah di ekspor ke berbagai Negara.

Dengan sedemikian banyaknya pesona wisata yang dimiliki oleh areal ini yang seharusnya dapat menjadi daya tarik wisatawan yang sangat menjanjikan. Maka perlu dilakukan tindakan promosi untuk mengembangkan potensi wisata di Pulau Mengare. Karena Pulau Mengare belum dipromosikan secara efektif ke masyarakat sehingga masih banyak calon wisatawan yang belum tahu akan keberadaan wisata Pulau

Mengare. Jika banyak respon positif yang diterima maka pemerintah juga akan ikut tergerak dalam pelestarian situs sejarah dan budaya di Pulau Mengare.

METODE

Metode perancangan terdiri dari: metode observasi, wawancara, dokumentasi dan studi literature. Sehingga akan diperoleh penentuan konsep media promosi untuk digunakan dalam promosi dan perancangan kreatif yang ditekankan pada pemilihan media promosi guna menyebar luaskan informasi dan potensi mengenai Pulau Mengare.

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1.1 Hasil Observasi

Observasi merupakan cara untuk mengumpulkan data dengan pengamatan langsung terhadap suatu obyek dan melakukan pencatatan secara sistematis tentang hal-hal yang menjadi target pengamatan.

1. Berdasarkan hasil observasi setelah berkunjung ke Pulau Mengare, ditemukan data bahwa yang berkunjung ke Pulau Mengare lebih didominasi wisatawan luar kota, melihat potensi tersebut dirasa perlu untuk melakukan promosi sehingga dapat menarik wisatawan lain.
2. Dilihat dari potensi yang ada maka didapat hasil pemilihan media utama yaitu *website*. Karena *website* menjangkau seluruh dunia dan lebih praktis untuk menggali informasi tentang situs Pulau Mengare.

4.1.2 Hasil Wawancara

Selain dikenal dengan kota Industrial, Gresik juga terkenal dengan daerah pertambakan. Di daerah pesisir seperti Pulau Mengare yang merupakan kawasan endapan lumpur dan dikelilingi oleh tambak ribuan hektar. Selain tambak, Mengare biasanya digunakan sebagai tempat pemancingan terbesar di wilayah Gresik dan sekitarnya, bahkan wilayah Surabaya juga sering datang ke Mengare untuk memancing. Sehingga banyak yang menyebutkan bahwa Mengare tempat wisata memancing. Dari hasil laut dan tambak tersebut diperoleh ikan bandeng, rajungan dan udang yang sudah di ekspor ke berbagai negara.

Selain dikenal dengan alamnya, Mengare juga menyimpan sejarah yang banyak, Karena letak Pulau Mengare yang merupakan jalur perdagangan yang dilalui pada jaman penjajahan, banyak peninggalan sejarah yang terbesar adalah Benteng Lodewijk.

4.1.3 Hasil Dokumentasi

Hasil dokumentasi yang diperoleh dari Pulau Mengare berupa dokumentasi foto yang berguna dalam pembuatan media promosi yang

akan digunakan. Dokumentasi hasil foto sebagai berikut :



Gambar 4.1 Foto Dokumentasi
(Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016)

4.1.4 Analisis STP (Segmentasi, Targeting, Positioning)

a. Segmentasi dan Targetting :

1) Demografis

Usia : 17 - 45 tahun (Usia Produktif)
Jenis kelamin : Pria dan Wanita
Siklus hidup : Belum menikah, menikah belum punya anak, menikah punya anak.
Profesi : Pelajar, mahasiswa, pekerja, pengangguran.
Status sosial : menengah ke bawah, menengah-menengah.

2) Geografis

Wilayah : Negara Indonesia, Jawa Timur.
Lokasi : Kec.Bungah Kab.Gresik.
Kepadatan : Kota, pinggir kota, pedesaan.

3) Psikografis

Gaya hidup : Aktifitas padat, suka berwisata
Kepribadian : Semangat berpetualang, suka bersosialisasi dan hal baru, Suka mencari tahu tentang sejarah.

4) Behavioral

Manfaat : untuk menambah pengetahuan yang berkaitan dengan sejarah di Gresik dan menurunkan tingkat kejenuhan. remaja dan dewasa yang suka mencari informasi melalui internet.

b. Positioning

Positioning yang dimunculkan dalam perancangan media promosi pulau Mengare adalah sebagai tempat wisata sejarah dan ekowisata. Dimana Mengare memiliki keunikan dari sisi Sejarah dan Ekosistemnya.

4.2 Deskripsi Konsep

Keyword yang sudah didapat kemudian digunakan sebagai konsep, dan konsep yang didapatkan yaitu “*Enjoy Life With Adventure*” berarti Sebuah Perjalanan yang menyenangkan. Perjalanan yang memiliki arti dari mengenang sejarah masa lalu, melestarikan, dan belajar tentang pengetahuan sejarah. Sejarah inilah yang harus kita lestarikan karena Mengare memiliki nilai sejarah yang tinggi. sebuah perjalanan atau petualangan juga bermaksud sebagai sarana pendidikan yang didapat dari belajar sejarah atau dari alam, sekaligus juga sebagai tempat wisata yang menyenangkan di Mengare.

Dari konsep tersebut diharapkan wisatawan bisa lebih banyak berkunjung ke Pulau Mengare, baik menambah pengetahuan tentang sejarah yang ada disana dan akhirnya akan ikut melestarikan. Sebab peninggalan sejarah adalah aset bangsa dan bukti nyata atas budaya yang dulu pernah berkembang. Juga menjadi kebanggaan nasional yang harus terus diberikan perhatian dalam memberikan pengetahuan sejarah bagi generasi mendatang. Karena banyak anak-anak jaman sekarang yang belum tentu tahu benda jaman dulu itu seperti apa. jadi melestarikan benda-benda bersejarah itu sangat bermanfaat untuk anak-anak dan negara.

4.3.1 Tujuan Kreatif

Dalam membuat sebuah *website* yang menarik dan mampu menjadi media promosi Pulau mengare maka dibutuhkan sebuah konsep perancangan yang matang, dan sebuah visualisasi yang sesuai dengan target dan segmentasi yang dituju, yang diharapkan dapat menarik minat masyarakat untuk ikut serta melestarikan dan berkunjung ke Pulau Mengare.

Berikut adalah penjabaran dari *brainstorming* perancangan logo dan pencarian konsep media promosi yang merupakan perwujudan dan penggabungan antara hasil observasi, wawancara, dokumentasi dan disaring melalui proses reduksi data. Dari proses tersebut dilakukan sebuah *brainstorming* dan didapatkan sebuah kata kunci yang mengarah kepada “Perahu sebagai simbolisasi dari laut Mengare, benteng sebagai icon Mengare, dan hutan bakau sebagai ekowisata/ekosistem Mengare yang memiliki potensi wisata Mengrove. Dari pencarian *keyword* “Cool Casual” didapatkan sebuah konsep yaitu “*Enjoy Life With Adventure*”, *keyword* inilah yang akan mendasari semua proses desain media

promosi mulai dari konsep, *sketch*, hingga implementasi karya.

4.3 Keyword

Dari hasil wawancara, observasi dan dan dokumentasi didapatkan sebuah konsep *Full of Life* dan *Passionate*. Dimana *Full of Life* adalah karakter seseorang yang memiliki totalitas penuh dalam kehidupannya, penuh dengan kasih sayang, dan rasa cinta. Sedangkan *Passionate* adalah karakter seseorang yang memiliki harapan dan keinginan dalam terus berkembang. Dari kedua kata itu muncul sebuah kata sifat *Casual*, yang dimaksudkan dari *Casual* adalah orang yang berjiwa muda, orang yang selalu nyaman berada dimanapun, dan dapat menempatkan diri di lingkungan sekitarnya.

Sedangkan dari Proses Focus Group Discussion (FGD) didapatkan kata sifat *Nostalgic*, dimana karakter orang yang nostalgic adalah orang yang menyukai masa lalu dan menyukai sejarah. Sedangkan dari STP didapatkan karakter *Simple & Frugal*, karakter orang tersebut merupakan karakter seseorang yang memiliki keinginan yang tidak memiliki keinginan kuat, dan tetap terlihat nyaman dan simpel dalam menjalani keseluruhan hidupnya. Dari kedua karakter tersebut didapatkan karakter *Cool*. *Cool* adalah karakter orang yang keren, berjiwa muda, berjiwa bebas.

Dari gabungan kedua kata tersebut diperoleh sebuah *keyword* yaitu *Cool Casual*, yang memiliki arti dalam desain media promosi Pulau Mengare adalah desain yang simple, terlihat dinamis, tetap dapat dinikmati, dan tidak terlalu bermacam-macam bentuknya. *Keyword* ini yang akan digunakan sebagai konsep yang mendasari penciptaan media promosi Pulau Mengare.

4.3.2 Strategi Kreatif

a. Visual

Pembuatan *website* interaktif mengacu pada konsep *Enjoy Life With Adventure*, memunculkan kesan sejarah/ perjalanan masa lalu yang digambarkan dalam bentuk ilustrasi vektor dan fotografi dengan menggunakan ornamen-ornamen peninggalan-peninggalan sejarah yang ada sebagai bahan pembelajaran, juga menyertakan wisata lain yang mendominasi di Pulau Mengare sebagai tempat wisata yang menyenangkan. Bentuk visualisasi dibuat agar masyarakat mengetahui keberadaan Pulau Mengare, serta dapat menjelaskan tentang sejarah Pulau Mengare sendiri melalui kesan dari sebuah perjalanan ke suatu tempat yang bersejarah. Karena berdasarkan hasil wawancara yang didapatkan tujuan wisatawan untuk mengunjungi Pulau Mengare adalah

mempelajari dan menambah pengetahuan, serta ikut melestarikan sejarah yang ada.

b. Headline

Headline (judul utama) adalah unsur penting yang merupakan keterangan nama wisata. Headline yang akan diangkat yaitu “*Enjoy Life With Adventure*” bertujuan untuk lebih mengangkat sebuah petualangan yang menyenangkan. Dimana headline tulisan yang akan diingat wisatawan untuk berpetualang yaitu Pulau Mengare.

c. Tagline

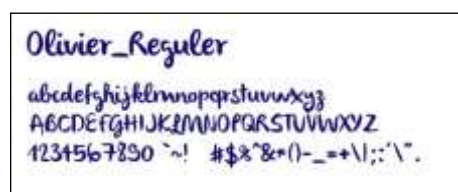
Tagline yang digunakan pada perancangan media promosi Pulau Mengare adalah “*Enjoy Life With Adventure*”. Tagline ini menjelaskan bahwa suatu perjalanan atau petualangan memiliki arti dari kenyamanan, kesenangan.

d. Tipografi

Pemilihan font didasarkan pada pertimbangan gaya visual, fungsi/ kesesuaian dan karakter huruf yang digunakan. Berdasarkan pertimbangan tersebut font yang digunakan yaitu “*Frente H1*”. Dimana font ini memiliki karakter *weight bold*, *width* agak lebar, kontras yang cukup, bentuk yang cukup ceria dan mudah dibaca, sehingga dapat digunakan pada *headline* dan *sub headline*. Sedangkan font yang digunakan untuk logo adalah “*Olivier*”. Font ini mewakili karakter dari Pulau dan keceriaan karena memiliki visual yang tegak bersambung.



Gambar 4.6 Font Frente H1
(Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016)



Gambar 4.7 Font Olivier
(Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016)

e. Warna

Berdasarkan analisis penulis dan juga mengacu pada *keyword* yang ditemukan, dapat

dijabarkan bahwa warna yang digunakan nanti akan mengacu pada *keyword* “*Cool Casual*” dimana dalam buku teori Kobayashi (1995) dilambangkan dengan warna biru, putih tulang dan hijau dan Coklat. Arti dari warna hijau sendiri melambangkan sebuah pandangan yang fresh dan natural, sedangkan laut memberikan kesan dingin dan sejuk, putih memberikan kesan kebersihan. Dan coklat mewakili warna pohon, perahu dan warna benteng/ warna sejarah di Mengare.

4.3.4 Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi dilakukan dengan cara menetapkan strategi promosi yang terintegrasi dan efektif untuk memperkenalkan wisata Pulau Mengare kepada target *audience*.

a. Isi Pesan

Pesan yang ingin disampaikan adalah informasi mengenai keberadaan tempat wisata sejarah di Pulau Mengare dan keberagaman pariwisata serta melestarikan tempat peninggalan sejarah. Sekaligus untuk menarik minat pengunjung untuk datang.

b. Bentuk Pesan

Bentuk pesan mengambil tema “*Enjoy Life With Adventure*” yang memiliki makna berwisata di Mengare akan memiliki makna tersendiri dari sebuah kesenangan dan ketenangan hidup. Sehingga membuat semangat dan membuat jiwa segar kembali setelah berwisata.

4.3.5 Strategi Media

Strategi media adalah langkah-langkah yang dilakukan untuk mencapai tujuan dengan menetapkan media yang akan digunakan sebagai promosi. Media yang digunakan dalam perancangan karya terbagi dua jenis yaitu media utama dan media pendukung. Media utama digunakan sebagai media yang menjadi pusat alat promosi yang berfungsi sebagai fokus utama. Pada perancangan media promosi Pulau Mengare membutuhkan media yang dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisata. Media utama yaitu *website*, sedangkan media pendukung yang menunjangnya antara lain: *billboard*, poster, X banner dan *Merchandise* (*Booknote*, *bolpoin*, *sticker*, *mug*, *bottle* minum, dan *topi*).

4.4 Perancangan Karya



Gambar 4.10 Metode Perancangan Karya
(Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016)

Implementasi Karya

Implementasi desain membahas mengenai proses produksi dan implementasi media promosi Pulau Mengare sesuai dengan konsep yang telah didapatkan yaitu “Cool Casual”. Dimana desain yang dibuat yaitu desain yang simple namun terlihat casual dan menarik, sedangkan dalam proses warna menggunakan warna yang ceria namun tetap menunjukkan kesan lembut agar konsep casualnya dapat.

Sketsa desain yang sudah dibuat diimplementasikan pada masing-masing media sebagai berikut:

1. Pada gambar 4.21 adalah desain logo yang akan diaplikasikan pada media.



Gambar 4.23 Desain Logo Terpilih
(Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016)

Desain logo dibuat berdasarkan aspek-aspek yang sudah terpilih yaitu Ombak dan Kapal. Pulau Mengare terkenal dengan ombaknya yang besar sehingga menyebabkan bangunan Sejarah terbesar di Mengare terkikis. Sedangkan kapal disana didapatkan berdasarkan hasil observasi dimana Pulau Mengare terkenal dengan perikanan dan hasil tambak, selain mata pencaharian penduduk yang menjadi Nelayan, banyak wisatawan yang datang untuk menyewa perahu yang merupakan alat Transportasi utama untuk menuju wisata Benteng dan Pantai di Pulau.

Gambar tiga garis yang melengkung disimbolkan bahwa Mengare memiliki 3 Desa yaitu Watuagung, Tajungwidoro dan Kramat. Dimana keseluruhan desa memiliki pencaharian yang bersumber dari laut.

2. Website

Desain *Website* digunakan sebagai media utama dalam promosi Pulau Mengare, karena *website* memiliki daya jangkauan yang luas.

a. Halaman *Home*



Gambar 4.24 Halaman Home
(Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016)

Pada gambar 4.24 merupakan halaman beranda *website* pulau Mengare. Pada halaman ini ditampilkan *slideshow* dari beberapa cuplikan foto panorama di obyek wisata. Dibagian bawah terdapat halaman sosial media seperti *instagram*, *twitter*, *facebook* dan *youtube*.

b. Halaman *Adventure*



Gambar 4.25 Halaman Adventure
(Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016)

Pada gambar 4.25 ditampilkan halaman adventure yang memuat gambar-gambar obyek wisata yang ada di Pulau Mengare. Foto yang ditampilkan diantaranya Pantai pasir putih, Mangrove,

Perahu, dan sisa Bangunan benteng Lodewijk. Pada Foto-foto tersebut dapat diklik dan akan menampilkan menu yang berisi keterangan lengkap tentang obyek wisata yang ingin dicari informasinya.



Gambar 4.28 Halaman History
(Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016)

Pada halaman ini menceritakan tentang sejarah awal mula terbentuknya Pulau Mengare disertai foto ilustrasi. Halaman ini tetap menggunakan *background* putih seperti sebelumnya.

1) Wisata Pasir Putih



Gambar 4.26 Wisata Pasir Putih
(Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016)

Pada halaman ini berisi tentang penjelasan dari obyek wisata Pasir Putih beserta foto panorama pantai. Background yang digunakan adalah warna dasar biru muda yang berbeda dengan menu-menu sebelumnya.

2) Wisata Hutan Bakau



Gambar 4.27 Wisata Hutan Bakau
(Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016)

Pada halaman Wisata Hutan Bakau menampilkan keterangan tentang wisata Mangrove atau hutan bakau lengkap dengan foto. Tetap dengan warna dasar biru muda yang masih sama dengan menu obyek wisata pasir putih.

c. Halaman *History*

d. Halaman *Contact*



Gambar 4.29 Halaman Contact
(Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016)

Pada halaman ini terdapat peta lokasi Pulau Mengare disertai dengan form untuk mengirim kritik dan saran yang dapat diisi dengan mudah oleh para pengunjung *website*. Ada juga informasi mengenai letak Pulau Mengare di Kecamatan Bunga Kabupaten Gresik. *Background* halaman *contact* menggunakan warna putih dan dibagian bawah terdapat halaman *footer* yang berisikan alamat sosial media yang dapat diklik dengan mudah.

3. Billboard

Pada media *Billboard* ditampilkan foto *landscape* kapal nelayan dengan latar belakang sisa bangunan benteng dan panorama pemandangan pantai. Diatas terdapat *Tagline* untuk mengajak wisatawan dengan bahasa persuasif. Pada bagian bawah kanan terdapat Logo Pulau Mengare sendiri. Billboard ini dirancang dengan

perbandingan 1:100 dan bila diperbesar atau diperkecil perubahan desain dilakukan di keseluruhan elemen desain yang ada.



Gambar 4.30 Desain Billboard Terpilih
(Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016)

Selain mempromosikan wisata Sejarah, wisatawan juga diajak untuk melihat keindahan alam lain di Mengare. Diharapkan akan tertarik ketika melihat Billboard ini, sehingga akan ikut melestarikan dan menjaga warisan sejarah yang ada.

4. Poster

Pada gambar 4.24 Desain Poster sama dengan Billboard yang menggunakan Fotografi, dengan menggunakan warna yang tetap mengacu pada konsep. Dibagian atas terdapat Tagline dan dibagian bawah terdapat Logo dan alamat situs sosial media Pulau Mengare yang bisa diakses oleh calon wisatawan yang ingin memperoleh informasi tentang Pulau Mengare.



Gambar 4.31 Desain Poster Terpilih
(Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016)

5. X Banner

X Banner digunakan untuk menunjukkan keindahan Pulau Mengare melalui sebuah pesan visual yang akan menarik minat calon wisatawan. X Banner ditempatkan pada sebuah event pariwisata dan ditempatkan di Dinas Pariwisata Gresik dan di kantor Bupati.



Gambar 4.32 Desain X Banner Terpilih
(Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016)

Desain X Banner dibuat berukuran 160X60CM dengan desain yang sama dengan Billboard dan X Banner.

6. Maps

Maps digunakan untuk menunjukkan calon wisatawan tentang keberadaan wisata yang ada di Pulau Mengare. Desain Maps disesuaikan dengan konsep desain dengan keterangan ketinggian dan keterangan petunjuk arah.



Gambar 4.33 Desain Maps Terpilih
(Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016)

7. Merchandise

Desain merchandise dibuat berbagai macam, Topi, Notebook, Pin, Sticker, Pembatas Buku, Bolpoin, Botol minum dan Kaos dan Gantungan kunci. Merchandise Pulau Mengare memiliki fungsi untuk menarik wisatawan dengan adanya pemberian visual yang dapat digunakan sebagai barang kenang-kenangan.

a. Kaos



Gambar 4.34 Desain Kaos
(Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016)

Pada gambar 4.27 desain kaos terdiri dari beberapa bagian wisata Pulau Mengare yang menggunakan teknik vektor dengan bagian tengah terdapat Logo yang menjadi pusat. Pada bagian belakang terdapat Tagline yang menjadi ciri khas Pulau Mengare. Warna dasar kaos menggunakan warna putih agar tidak terlalu kontras dengan warna-warna desainnya.

b. Blocknote

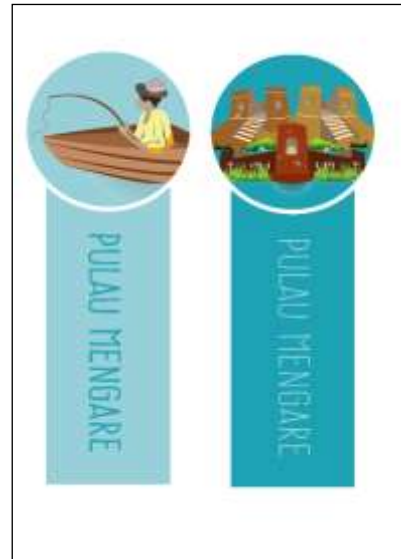


Gambar 4.35 Desain Blocknote
(Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016)

Desain *Blocknote* masih sama dengan desain bagian depan kaos dengan teknik vektor, visual merchandise menggunakan

desain seragam yang berfungsi untuk menarik perhatian dan audience dapat dengan mudah mengingat ciri khas dari Pulau Mengare.

c. Pembatas Buku



Gambar 4.36 Desain Pembatas
(Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016)

Desain pembatas buku juga menggunakan icon vektor dari desain merchandise sebelumnya. Ditambahkan tagline di bagian bawah yang menggunakan warna-warna biru laut. Desain bagian atas dibuat melingkar bundar yang berguna untuk lebih mencerminkan visual dari Pulau Mengare.

d. Botol Minum



Gambar 4.37 Desain Botol Minum
(Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016)

Warna botol menggunakan warna biru tua seperti warna dasar logo, dengan gambar logo berwarna putih agar dasar

background botol dan logo asli tidak kontras maka desain dibuat berwarna putih. Botol minum menggunakan desain botol yang memang digunakan untuk kegiatan *sport*.

e. Gelas



Gambar 4.38 Desain Mug
(Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016)

Desain mug menggunakan dasar logo yang memang ditetapkan agar *audience* mengingat bahwa merchandise mug ini berasal dari Pulau Mengare.

f. Stiker



Gambar 4.39 Desain Stiker
(Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016)

Desain stiker sama dengan desain kaos, menggunakan tagline berwarna biru tua dan vektor obyek wisata beserta logo yang berada di depan.

g. Topi



Gambar 4.40 Desain Topi
(Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016)

Desain topi menggunakan tagline berwarna biru tua tanpa disertakan logo dan visual vektor. Agar *audience* yang menggunakan tidak canggung untuk mengenakan topi dengan hasil yang ada logonya.

SIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana merancang logo dan media promosi Pulau Mengare untuk mengenalkan potensi wisata sejarah yang dimiliki. Adapun kesimpulan yang dapat diambil dari perancangan ini adalah :

1. Gagasan perancangan media promosi adalah memperkenalkan potensi wisata sejarah dengan tema perjalanan "*Enjoy Life With Adventure*". Yang dimaksud dari perjalanan adalah peninggalan sejarah dari masa lalu yang diwariskan generasi mendatang.
2. Tema rumusan desain adalah *cool casual*, diturunkan dalam proses perancangan dan diimplementasikan dalam bentuk kreatif. Implementasi perancangan mengacu pada promosi pariwisata pulau Mengare dimana hasil perancangan diharapkan akan menimbulkan rasa ketertarikan dan penasaran tinggi.
3. Media promosi yang digunakan pada perancangan ini meliputi media promosi *Above The Line* (ATL) berupa Website, Billboard, X Banner, dan Poster dan *Below The Line* (BTL) berupa Map. Merchandise berupa Kaos, Topi, Blocknote, Bolpoin, Stiker, dan Pembatas Buku.
4. Media promosi dirancang dengan menggunakan pilihan warna Biru, Hijau, Putih dan Coklat sebagai refleksi dari karakteristik Pulau Mengare.

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian saran yang didapat adalah:

1. Diharapkan kepada Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Gresik untuk segera fokus kepada pariwisata Pulau Mengare. Dan Mulai segera memperbaiki infrastruktur yang masih belum memadai, kemudian setelah itu baru melakukan promosi wisata.
2. Sarana perancangan visual yang sudah dirancang diharapkan dapat diimplementasikan dalam kegiatan promosi.

RUJUKAN

Book :

- Buchari Alma, 2006. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Alfabeta. Bandung: hal. 179.
- Davison, G. dan C Mc Conville. 1991. *A Heritage Handbook*. St. Leonard, NSW: Allen & Unwin.
- Deresky, Helen. 2006. *International Management; Managing Across Borders and Cultures*. Australia: Pearson Education.
- Fandeli, Chafid. 1995. *Dasar-Dasar Manajemen Kepariwisata Alam*. Yogyakarta: Liberty.

- Galla, A. 2001. *Guidebook for the Participation of Young People in Heritage Conservation*. Brisbane: Hall and Jones Advertising.

Non Book :

- Database Potensi Desa Pesisir, Desa WatuAgung Kec. Bunga Kab. Gresik. Tahun 2007.
- Peraturan Desa WatuAgung Nomor 01 Tahun 2008 tentang : Rencana Pembangunan Jangka Menengah Desa Tahun 2008-2013.
- Presiden Republik Indonesia. 2009. “*Ketentuan Umum*”. *Undang-undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata*.